

2024年

中国手持智能摄像机行业研究报告：掌中视界，洞见未来，手持智能摄像机科技之旅（摘要版）

2024 China Handheld Smart Camera Industry Research Report

2024 中国のスマートカメラ産業調査報告書

报告标签：手持智能摄像机，光学镜头，数字内容创作，全景摄像机，运动摄像机

2024/06

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

目录

CONTENTS

◆ 中国手持智能摄像机行业综述	5
• 定义与分类	6
• 发展历程	7
◆ 中国手持智能摄像机行业产业链分析	8
• 产业链图谱	9
• 上游：CMOS图像传感器	10
• 上游：光学镜头	11
• 中游：手持智能运动摄像机	12
• 中游：手持智能全景摄像机	13
• 下游：用户画像	14
◆ 中国手持智能摄像机行业市场分析	16
• 市场规模	17
• 驱动因素：供给端、需求端与政策端	18
• 发展趋势	21
• 行业竞争格局	22
◆ 中国手持智能摄像机行业企业分析	23
• GoPro	24
• 影石创新	26
• 大疆创新	28
◆ 商务合作	30
◆ 方法论与法律声明	31



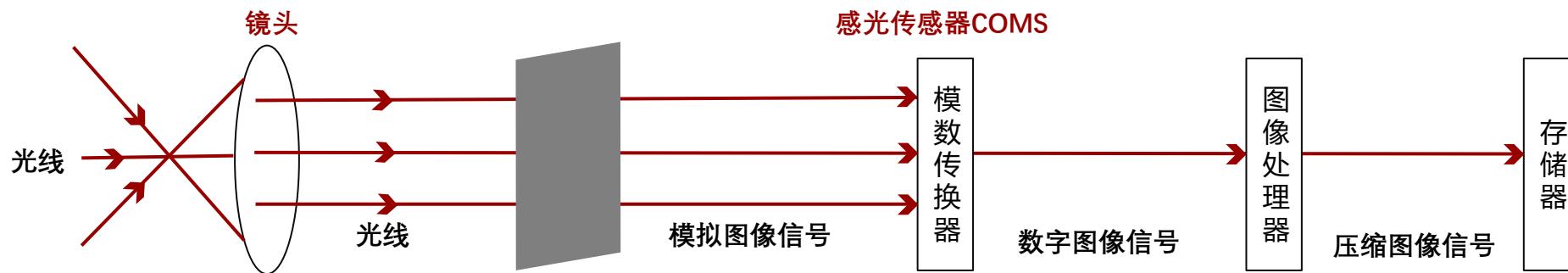
Chapter 1

行业综述

行业综述——手持智能摄像机的定义和分类

手持智能摄像机集便携、高清晰度录制与智能技术于一体，具备图像稳定、面部识别等特性，支持云端交互。根据不同的使用场景和性能要求，市场上的手持智能摄像机主要可以分为全景摄像机与运动摄像机。

手持智能摄像机成像原理



手持智能摄像机分类

	全景相机		运动摄像机
	消费级全景摄像机	专业级全景摄像机	
主要用途	旅行记录、社交分享	影视制作、商业展示	极限运动、户外探险
主要特性	易用性和性价比高，适合大众消费者快速制作并分享全景内容。	高分辨率与多镜头系统支持专业级360度全景拍摄。	极致便携与强大的防抖性能，专为运动及户外探险设计。
代表相机	 影石Insta360 X4  小红屋灵动2  大疆DJ POCKET 2	 欧达 AC5  索尼 PXW-Z280V  松下 HC-PV100GK	 大疆 DJI Osmo Action 4  影石Insta360 GO 3  速影 C300

头豹洞察

- 手持智能摄像机融合了便携性、高精度成像技术与智能化特性，确保视频质量卓越，并具备图像稳定、跟踪、面部识别等能力，加之无线连接支持，实现了远程控制、云存储及实时直播的便利。
- 根据不同的使用场景和性能要求，市场上的手持智能摄像机主要分为两大类：全景摄像机与运动摄像机。全景摄像机细分为消费级和专业级，前者注重易用性和性价比，使普通用户也能轻松创作并分享全景内容，后者则凭借高分辨率与多镜头系统，专注于提供专业级的360度全景拍摄体验。而手持智能运动摄像机则强调极致的便携性和出色的防抖性能，专为应对运动及户外探险中的严苛拍摄条件而设计。

来源：各企业官网，国家市场监督管理总局官网，CSDN，头豹研究院



www.leadleo.com 400-072-5588

©2024 LeadLeo

手持智能摄像机行业发展历程

手持智能摄像机历经数代演变，从数字化起步，到智能化普及，再到现今的高智能化与专业化时代，这一进程体现了技术的飞速跃进和用户需求的不断升级。AI与5G的融合正引领摄像行业进入实时、超清、智能编辑的新时代

手持智能摄像机行业发展历程，20世纪末至今

(1) 20世纪末至21世纪初：萌芽期

- ✓ **阶段特征：**此阶段主要是传统摄像机向数字化转型的时期，摄像设备开始引入数字录像功能，但尚未实现智能化。
- ✓ **重大事件：**1995年，索尼推出世界第一款消费级DV摄像机DCR-VX1000，标志着数字视频时代的到来。

(2) 2000年代中期至2010年代初：初步智能化

- ✓ **阶段特征：**摄像机开始集成基本的自动功能，如面部识别、自动对焦和曝光调节，同时，随着智能手机的兴起，内置摄像头的手机开始具备初步的智能特性。
- ✓ **重大事件：**2005年，三星推出全球首款**500万**像素摄像头的拍照手机M509，推动手机摄像头像素竞赛；佳能、尼康等品牌在单反相机中加入视频拍摄功能，如2008年佳能EOS 5D Mark II首次在全画幅单反中加入高清视频拍摄。



(3) 2010年代中期至2010年代末：智能化普及

- ✓ **阶段特征：**智能算法和WiFi连接的广泛运用，使得摄像机能够远程控制、实时传输视频、进行云存储，并且开始出现AI辅助功能，如智能追踪、场景识别。
- ✓ **重大事件：**2016年，GoPro Hero5发布，内置GPS、触摸屏和语音控制，展现了运动相机的智能化趋势。

(4) 2020年代至今：高智能化与专业化并进

- ✓ **阶段特征：**全景、4K乃至8K视频拍摄成为常态，AI技术深度融合，实现自动化编辑、对象识别与追踪、多摄像头同步等高级功能。专业级设备更注重画质与拍摄效率，消费级则更强调易用性和创意表达。
- ✓ **重大事件：**2020年后，DJI、Insta360等品牌推出支持AI剪辑、流媒体直播、多模式全景拍摄的专业级与消费级全景相机。

Chapter 2

产业链分析

产业链图谱

手持智能摄像机产业链涵盖上游的CMOS感光模组、DSP芯片和光学镜头，其中光学镜头市场则呈现多元竞争格局，无明显主导企业，中游品牌厂商分为全景与运动摄像机两大类，而下游销售采用线上线下载并重模式

手持智能摄像机产业链



来源：各公司官网，Fortunebusinessinsights，market.us，头豹研究院



上游（1/2）：CMOS图像传感器

上游产业核心部件CMOS图像传感器市场呈稳定增长趋势，预期从2023年的99.5亿颗增涨至2028年的143.7亿颗。行业由索尼和三星引领，而中国厂商如格科微，凭借9亿美元销售额跃居全球第七，显示强劲发展势头

全球CMOS图像传感器出货量规模，2019-2028年 全球CMOS图像传感器厂商销售额，2022年 头豹洞察

- ❑ CMOS图像传感器是智能手持摄像机的核心部件，其像素设计技术对提升相机画质和推动功能创新至关重要。全球CMOS图像传感器出货量从2019年的**63.5亿**颗增长至2023年的**99.5亿**颗，预计2028年将达到**143.7亿**颗，呈稳步上升趋势。CMOS图像传感器出货量的快速增长，为手持智能摄像机的性能升级、功能创新及成本优化提供了强大动力，促进了更高品质、更多样化的摄像体验。
- ❑ 全球CMOS图像传感器市场由索尼主导，2022年占全球42%份额，其次是三星（19%）和豪威科技（11%），其中，索尼以其卓越的高画质与低光成像技术引领行业；三星利用其在智能手机领域的庞大影响力，加速高像素传感器的普及应用；而豪威科技以其先进的小尺寸芯片技术、高灵敏度和快速响应能力，在专业摄像机、无人机、可穿戴设备等领域赢得了良好的口碑。2022年，索尼销售额为**89亿美元**居首，三星和豪威科技分别以**40亿美元**和**23亿美元**跟随。
- ❑ 与此同时，中国市场在这一领域也展现出蓬勃的发展潜力，本土企业如格科微与思特威等，通过聚焦安防监控及中低端消费市场等细分领域，与国际巨头展开了差异化竞争，并取得显著成效。2022年格科微销售额为**9亿美元**，排名全球**第七**，标志着中国在该领域的科技进步和国际竞争力增强。

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国智能手表行业研究报告：智能手表，健康生活的亿万级赛道》

上游 (2/2) : 光学镜头

全球光学镜头市场呈现高度竞争和碎片化特性，其中相机应用占据光学镜头市场26.9%的份额。该市场目前由索尼、佳能、富士等品牌均衡分布，但超半数市场份额被众多中小型企业共享

全球光学镜头应用分类占比，2022年

全球光学镜头市场规模，2019-2028年

头豹洞察

- 光学镜头作为智能手持摄像机的核心功能在于精准捕捉并汇聚光线，确保成像清晰。据2022年数据显示，光学镜头在相机中的应用紧随第一大领域智能手机（31.9%）之后，占据光学镜头市场约26.9%的份额。此外，光学镜头市场规模呈持续增长趋势。从2019年的133亿美元上升至2023年的174.6亿美元，并有望在2028年达到253亿美元。
- 全球光学镜头市场内部的竞争格局呈现出鲜明的多元化与分散化特征。尽管索尼、佳能、富士胶片等知名品牌作为行业领头羊，但它们在光学镜头领域的市场份额比例均衡且低于外界普遍预期，分别为11.4%、9.7%、7.5%，这凸显了市场格局的多元化特征。并且，超过半数的市场份额，被数量庞大的中小型企业及未单独统计的中型企业瓜分，约为57.2%，这一情况加剧了市场的碎片化状态。鉴于该领域展现出的高度竞争态势与持续演变的市场动态，市场参与者必须坚持不懈地推进技术创新并迅速适应市场变化，方能在这一增长迅猛却充满不确定性的行业中维系并增强其竞争优势。

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国智能手表行业研究报告：智能手表，健康生活的亿万级赛道》

中游（1/2）：手持智能运动摄像机

GoPro在手持智能运动摄像机行业具有领先优势，以其Hero 12 Black的2700万像素高清画质和卓越防抖技术稳固市场；而大疆后来居上，Osmo Action 4凭借卓越的动态范围、18米防水深度及快速充电技术，迅速获得用户青睐

手持智能运动摄像机(GOPRO V.S DJI)部分产品对比分析，2024年

	发布时间	HDR视频	视频色彩比特位深	防抖性能	传感器	视频	照片素质	视频照片画面抓拍	照片拍摄间隔	夜间效果	时间码同步	防水	续航	视频规格
GoPro HERO12 Black	2023年10月	5.3HDR视频	8-Bit、10-Bit、Log 视频	HyperSmooth增强防抖6.0	1/1.9英寸	5.3K60/4K120	2700万像素	24.7MP(5.3K 8:7)	0.5s、1s、2s、3s、5s、10s、30s、60s、120s	星轨、光辉、车辆光轨	支持	10米防水	70分钟	5.3K 60帧 /4K120帧
GoPro HERO11 Black	2022年09月	-	8-Bit、10-Bit	HyperSmooth增强防抖5.0	1/1.9英寸	5.3K60/4K120	2700万像素	24.7MP(5.3K 8:7)	-	星轨、光辉、车辆光轨	-	10米防水	50-60分钟	5.3K 60帧 /4K120帧
GoPro HERO10 Black	2021年09月	-	8-Bit	HyperSmooth增强防抖4.0	1/2.3英寸	5.3K60/4K120	2300万像素	19.6MP(5.3K 4:3)	-	-	-	10米防水	30-40分钟	5.3K 60帧 /4K120帧

注意：GoPro手持摄像机续航测试标准为5.3K/60帧

	发布时间	影像传感	照片最大分辨率	照片拍摄模式	慢动作录音	视频存储最大码流	增稳	视频色彩比特位深	防水	照片素质	续航	视频规格
DJI Osmo Action 4	2023年8月	1/1.3英寸CMOS	4000*2256 (16:9)、3648*2736 (4:3)	倒计时拍照：关闭 /0.5/1/2/3/5/10秒	4K:4倍 (120fps) /2.7K: 4倍 (120fps) /1080p:8倍 (240fps) ,4倍 (120fps)	130Mbps	RockSteady3.0+	10-bit D-Log M色彩模式	18米防水	1000万像素	160分钟	4k/2.7k 120帧; 1080P 240帧
DJI Osmo Action 3	2022年9月	1/1.7英寸CMOS	4000*2250 (16:9)、4000*3000 (4:3)	倒计时拍照：关闭 /0.5/1/2/3/5/10秒	4K:4倍 (120fps) /2.7K: 4倍 (120fps) /1080p:8倍 (240fps) ,4倍 (120fps)	130Mbps	RockSteady3.0+	10-bit D-Log M色彩模式	16米防水	1200万像素	150分钟	4k/2.7k 120帧; 1080P 240帧
DJI Action 2 双频套装	2021年10月	1/1.7英寸CMOS	4000*2250 (16:9)、4000*3000 (4:3)	倒计时拍照：关闭 /0.5/1/2/3/5/10秒	4K:4倍 (120fps) /2.7K: 4倍 (120fps) /1080p:8倍 (240fps) ,4倍 (120fps)	130Mbps	RockSteady2.0	8-bit	10米防水	1200万像素	主相机70分钟	4k/2.7k 120帧; 1080P 240帧

注意：大疆手持摄像机续航测试标准为1080p/24fps(16:9)

- GoPro和DJI作为手持智能运动摄像机的两大龙头企业，各自拥有鲜明特色。GoPro以其长期积累的行业经验和高性能产品著称，而DJI则通过技术创新快速追赶。GoPro自2009年涉足以来，一直是手持运动摄像机领域的头部厂商，其产品如2023年的Hero 12 Black，照片质量高达**2700万**像素，展现了其在像素密度与图像清晰度方面的卓越成就。GoPro以其出色的防抖性能、高像素照片、敏锐的瞬间捕捉能力及优秀的低光拍摄效果闻名，巩固了其在运动相机市场的地位。
- 虽然大疆于2015年较晚入局，但通过不断的技术革新迅速崛起。DJI Osmo Action 4搭载了**1/1.3英寸**的CMOS传感器，虽照片像素为**1000万**（历史最高达到**1200万**），略低于GoPro的同类产品，但却在动态范围与色彩深度上实现了超越，为用户提供了更为丰富细腻的视觉效果。其次，大疆在实用性上也进行了大幅提升，比如其防水性能从**10米**提升至**18米**仅用了三年时间，远超GoPro近年来在防水技术上的停滞（**10米**防水）。此外，DJI Osmo Action 4具备的快速充电技术，能够在**45分钟**内为三块电池充至80%电量，对比GoPro Hero 12 Black**两小时**充满两块电池的速率，显著提升了用户使用的便捷性和效率。这些改进体现了DJI以用户体验为中心的设计理念，成功在全球市场中赢得了一席之地。

来源：各公司官网，头豹研究院



中游 (2/2) : 手持智能全景摄像机

在产品生命周期的演变中，手持智能摄像机制造商如影石Insta360，需灵活调整策略以保持竞争优势：从引入期的技术创新抢占市场，到成长期通过性能升级和AI融合深化用户基础，最终在成熟期稳固并拓展品牌影响力

手持智能全景摄像机(Insta360)部分产品分析，2024年

	发布时间	全景视频最高分辨率/ 帧率	全景视频最高慢 动作档位	全景照片	广角视频	可拆卸保护镜	防水性能	FlowState防抖 +360度水平矫正	隐形自拍杆	传感器	续航
Insta360 X4	2024年04月	8K30fps/5.7K60FPS	4K100fps	7200万像素 (机内AI降噪)	4K60fps	标配	10米	支持	支持	1/2英寸	135分钟
Insta360 X3	2022年09月	5.7K30fps	3K100fps	7200万像素	4K30fps	-	10米	支持	支持	1/2英寸	81分钟

注意：影石手持摄像机续航测试标准为5.7K@30fps

- 影石Insta360作为手持智能全景摄像机头部厂商，2022年以**50.7%**的市场份额傲视全球。在过去两年间，该公司持续推动技术革新，显著提升了其产品性能。从Insta360 X系列的发展可见：视频分辨率从2022年9月的**5.7K30fps**跃升至2024年4月的**8K30fps及5.7K60fps**，实现了更高清流畅的全景录制体验。续航能力同样获得长足进步，同一分辨率下的拍摄时间从**81**分钟大幅延长至**135**分钟，确保更持久的创作自由。此外，紧跟科技趋势，影石巧妙融合AI技术，如在Insta360 X4中植入的机内AI降噪功能，不仅提升了影像质量，也使全景内容创作变得更加智能与便捷。

亚马逊手持智能摄像机销量前100的产品上架时间占比，2020-2024年

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国智能手表行业研究报告：智能手表，健康生活的亿万级赛道》

下游（1/2）：用户画像

在手持智能摄像机市场中，价格因素对于赢得市场份额和推动销量增长至关重要，尤其是在面向大众消费者时，具有高性价比的产品更受市场青睐

亚马逊消费级手持智能摄像机月销量及平均价格，2023-2024年

亚马逊手持智能摄像机各价格销量占比，2024年第一季度

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国智能手表行业研究报告：智能手表，健康生活的亿万级赛道》

- 在手持智能摄像机市场中，价格竞争力不仅是市场准入门槛，更是销量增长的核心要素。对于重视性价比、不盲目追求极致规格的消费者群体来说，合理的价格定位显得尤为重要。
- 手持智能摄像机市场的销量动态清晰揭示了价格敏感性的重大影响。在产品同质化较高的背景下，亲民的价格成为解锁大规模市场需求的关键，尤其对于成本意识强的消费者群体，价格有利于促成销量的显著增长。虽然高价产品能够吸引追求高品质和品牌忠诚度的细分市场，但其销量规模受限，因此，在消费级市场中，具备竞争力的价格是市场渗透与扩张的强有力杠杆。2023年7月，畅销榜前100款摄像机平均售价**218.3**美元，对应销量**32,513**台；而到2024年1月，平均售价调低至**106.4**美元后，销量跃升至**34,523**台。
- 此外，手持智能摄像机的主要受众集中于普通及入门级用户，这部分消费者更倾向于性价比高的产品，而非追求顶尖技术特性。据亚马逊平台2024年第一季度手持摄像机销量统计，价格区间位于**31-61**美元的产品销量占比高达**40.8%**，价格区间位于**2-91**美元的产品总销量占比超过**80%**，这表明市场偏好于经济实惠型手持摄像机。鉴于此，价格在手持摄像机行业市场竞争策略中处于核心地位。制造商在规划产品定位时，务必要深入理解并精准对接大众市场的实质需求及其经济承受力。

来源：亚马逊，淘宝，头豹研究院



www.leadleo.com 400-072-5588

©2024 LeadLeo

下游 (2/2) : 用户画像

用户满意度在手持智能摄像机市场聚焦于影像质量与便携设计，强调高清录制与易携性的重要性，而强制应用注册和售后服务不佳成为主要不满源，提示行业需简化操作流程并强化售后体验

用户对智能手持摄像机满意度关键指标分析，2024年

用户对智能手持摄像机负面评论要点，2024年

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国智能手表行业研究报告：智能手表，健康生活的亿万级赛道》

- 在手持智能摄像机市场，用户满意度的高低直接关联到产品的核心功能与用户体验。数据显示，影像与视频质量（**35.2%**）位居用户满意榜首，这反映出消费者对于高清、流畅拍摄效果的强烈需求，如同品牌DJI Pocket系列，以其出色的4K视频录制能力赢得了用户的高度评价。其次，便携轻巧的设计（**20.4%**）成为另一大亮点，例如GoPro HERO系列的小巧机身设计便于携带，满足了户外运动爱好者随时随地记录的需求。
- 然而，用户不满之处同样值得深思。首要问题是强制应用注册（**20.8%**），这在一定程度上增加了用户使用的复杂度，减少了即开即用的便利性，如同某些品牌要求用户通过特定APP绑定设备才能操作摄像机，这一做法在追求便捷的现代消费者中不受欢迎。此外，售后服务不佳（**16.7%**）也是导致用户不满的重要因素，比如响应迟缓、维修周期长等，影响了品牌形象与用户忠诚度。以大疆为例，其在线论坛充斥着关于维修周期长达数周的投诉，严重影响了用户对其后续购买意愿。此外，性能不稳定（如偶尔的卡顿、死机问题，占比**12.5%**）与变焦功能有限（**12.5%**）也是用户反馈中的痛点，这直接影响到拍摄体验的连贯性和拍摄效果的多样性，提示厂商在保证基础功能完善的同时，也需不断提升产品稳定性和拓展功能边界，以全面满足市场需求。

来源：亚马逊，淘宝，头豹研究院



www.leadleo.com 400-072-5588

©2024 LeadLeo

Chapter 3

市场分析

智能手持摄像机零售市场规模

全球消费级手持智能全景摄像机与运动摄像机的零售市场规模均展现出积极的增长态势，但前者零售市场总量显著低于后者（比例约为1:12至1:6），主要归因于手持智能运动摄像机在技术创新与特定用户需求满足上的领先，以及应用场景的快速多元化

全球智能手持（消费级全景与运动类）相机零售市场规模，2019-2028年 头豹洞察

- 在技术革新与消费者偏好演变的双重推动下，全球消费级手持智能全景摄像机与运动摄像机市场呈现出蓬勃发展的态势。2019年至2023年间，全球智能手持摄像机零售市场规模从**208.1**亿美元跃升至**355.0**亿美元，彰显了市场的旺盛活力。其中，消费级手持智能全景摄像机零售市场规模由**26.8**亿美元增长至**42.4**亿美元，复合年增长率**12.1%**，折射出技术进步与需求增长的协同效应。手持智能运动摄像机市场则表现更为出色，规模从**181.3**亿美元攀升至**312.6**亿美元，复合年增长率高达**14.6%**，凸显了运动细分市场的强劲势头与潜力。从市场占比角度看，全球消费级手持智能全景摄像机零售市场总量显著低于手持智能运动摄像机市场（比例约为**1:12至1:6**），这一差距反映了手持智能运动摄像机在极限运动与户外活动爱好者群体中的高度渗透。运动摄像机凭借其轻便、耐用及便于携带的特点，精准满足了这一特定用户群体对高质量影像记录设备的需求，而消费级手持智能全景摄像机在技术成熟度与应用场景拓展方面尚存局限，导致其市场规模相对受限。
- 展望未来五年（2024年至2028年），全球智能手持摄像机市场规模预计将从**418.8**亿美元扩大至**839.3**亿美元，展现出持续的增长潜力。全球消费级全景摄像机零售市场规模预计将以**5.1%**的复合年增长率，从**47.1**亿美元增至**64.2**亿美元；手持智能运动摄像机市场则将以**20.2%**的复合年增长率，从**371.7**亿美元激增至**775.1**亿美元，增速显著领先。这一增速差异背后的两大核心因素为：（1）市场需求差异化：消费级手持智能全景摄像机虽广泛应用于旅游记录、家庭娱乐及商业摄影等领域，但其市场定位更贴近大众消费者，增长态势稳健。手持智能运动摄像机则聚焦于极限运动与户外活动爱好者，这一用户群体的快速增长与对专业设备的强烈需求，加速推动了市场的发展。（2）技术创新与应用场景多元化：手持智能运动摄像机在技术创新上取得了突破，诸如防震、防水、高分辨率及长续航能力的提升，充分满足了极限运动爱好者对高质量影像捕捉的严格标准。同时，其应用场景也从专业运动记录延伸至家庭娱乐、社交媒体分享及职业培训等多个维度，有效刺激了市场需求。反观消费级手持智能全景摄像机，尽管技术亦有进步，但应用场景的拓展步伐较缓，市场增长更多依赖于现有消费者的更新换代，故增速相对温和。

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国智能手表行业研究报告：智能手表，健康生活的亿万级赛道》

驱动因素（1/3）：供给端

从供给端看，技术创新引领的功能升级、产品类型的多元化布局、生态系统的完善，以及成本控制带来的性价比优势，共同推动了手持智能摄像机市场的蓬勃增长

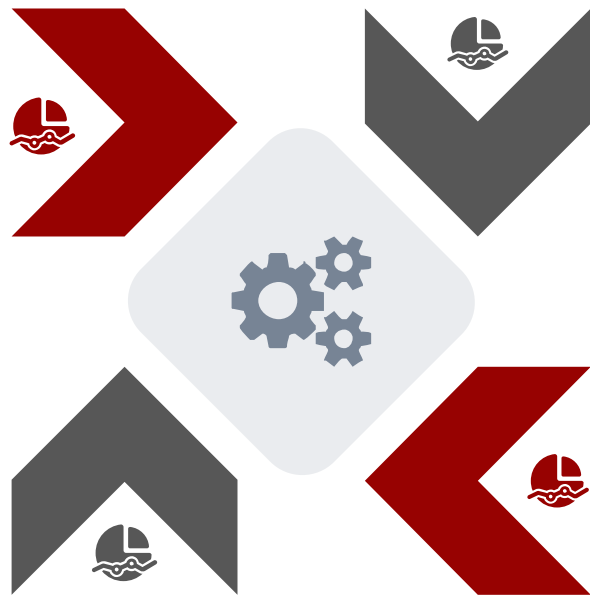
供给端驱动因素

技术创新

- AI集成和云台技术的引入，使手持摄像机具备自动追踪、智能编辑、图像优化等功能。
- 大疆创新DJI Osmo Action 4与DJI Osmo Action 2相比，4代搭载1/1.3英寸影像传感器和采用RockSteady3.0+稳定技术，而2代搭载1/1.7英寸影像传感器和采用RockSteady2.0稳定技术，展示了供给端的创新实力。

产品多样化

- 市场供应的手持智能摄像机种类繁多，从小型口袋摄像机到专业级运动摄像机，满足不同消费者需求。
- GoPro等品牌提供多款产品，从基础Hero Black系列到高端 Hero Black Creat Editon系列，实现了从初级使用者到资深创作者的全面覆盖。



生态系统建设

- 品牌构建的生态系统，如DJI Mimo和GoPro应用，提供一站式视频编辑、分享平台，增强了用户粘性，形成闭环体验。

成本与性价比

- 随着技术成熟，手持智能摄像机的成本逐渐下降，性价比提升。消费者能以更低的价格获得专业级设备，促进了市场普及。
- 例如，GoPro手持智能运动摄像机平均价格由2022年的389美元降至2023年的337美元，逐步在价格与性能间找到了平衡点。

头豹洞察

□ 从供给端视角分析，手持智能摄像机市场的显著扩张受益于四大核心要素：

(1) 技术创新的飞跃：以大疆创新DJI为例，其Osmo Action系列的迭代见证了显著的技术升级，如4代采用的1/1.3英寸传感器和升级的RockSteady 3.0+稳定技术，相较于2代产品的**1/1.7英寸**传感器与RockSteady 2.0，展现了更强的影像捕捉与防抖能力，凸显了供给端持续的创新驱动力。

(2) 多元化产品矩阵：市场上的产品线丰富多样，覆盖从便携式到专业级的广泛需求。GoPro通过推出如Hero Black基础版至Creat Editon高端系列，精准定位不同层次用户，确保了市场全面渗透。

(3) 生态系统整合强化体验：品牌生态系统如DJI Mimo与GoPro应用的建立，不仅简化了视频编辑与分享流程，还通过一站式服务增强了用户体验，构建了用户忠诚度，形成了使用、创造、分享的闭环生态。

(4) 成本效益的优化：技术的成熟促使生产成本下降，直接提升了产品性价比。GoPro摄像机平均售价从2022年的**389**美元降至2023年的**337**美元，表明市场正朝着更亲民的价格区间调整，让专业级技术更加触手可及，加速了市场普及率的提升。

驱动因素 (2/3) : 需求端

从需求端来看，全球数字内容创作市场的迅猛增长，加之消费者对技术创新接受度的提升和细分市场专业化需求的增加，皆为手持智能摄像机行业注入了强劲的发展动力

全球数字内容创作市场规模，2019-2028年

需求端市场驱动因素：数字内容创作、技术创新接受度和细分市场需求



完整版登录www.leadleo.com
搜索《2024年中国智能手表行业研究报告：
智能手表，健康生活的亿万级赛道》

01 数字内容创作需求：



- 全球数字内容创作市场规模的迅速膨胀预期将持续大力驱动手持智能摄像机市场的蓬勃发展。核心动因在于：（1）社交媒体与视频分享平台的爆炸性流行，不仅培育出庞大的内容创作者群体，也催生了对优质视频制作工具的强烈渴望。（2）远程工作、在线教育的兴起，以及企业营销策略向视频内容的倾斜，进一步提升了市场对高效、便携智能摄像设备的需求。
- 过去五年，全球数字内容创作市场规模由2019年的**96.2亿美元**增至2023年的**245.0亿美元**，期间复合增长率为**26.3%**。预计未来五年，虽然增速稍有放缓但仍保持强劲，约以**24.8%**的复合增长率推进，引领全球数字内容创作市场规模从2024年的**300.0亿美元**跃升至2028年的**727.0亿美元**。全球数字内容创作将为手持智能摄像机行业开辟出一片广阔的市场蓝海。

02 技术创新接受度提高



- 随着技术的发展，消费者对高科技产品的接受度提高，更愿意投资于能够提升拍摄体验的设备。
- 例如，智能摄像机的面部追踪、图像稳定、快速充电等功能成为吸引点。

03 细分市场需求：



- 特定市场，如运动摄像、户外探险、家庭监控、直播等细分领域对便携智能摄像机的需求增长。
- 例如，智能防抖飞米Fimi Palm系列和支持多种拍摄模式的飞宇FeiyuTech Pocket系列的出现，满足了不同消费者对细分市场的需求，如户外耐用性、便携性、专业级图像质量等。

驱动因素 (3/3) : 政策端

中国政策推动手持智能摄像机市场，通过标准升级、AI赋能、VR应用、强化安全标准及电子产业研发支持，多方位加速市场扩增

中国手持智能摄像机相关政策，2022-2023年

政策	颁布日期	颁布主体	政策要点
《贯彻实施〈国家标准化发展纲要〉行动计划（2024—2025年）》	2024.03	工业和信息化部、中央网信办、科技部等	推动产品和服务消费标准升级。健全消费类电子产品标准体系，促进多品种、多品牌智能电子产品、移动通信终端产品、可穿戴设备等产品的互联互通。
《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》	2024.03	国务院	加快电子产品技术创新。顺应新一轮科技革命和产业变革趋势，推动供给端技术创新和产业升级，促进电子产品消费升级。鼓励科研院所和市场主体积极应用国产人工智能（AI）技术提升电子产品智能化水平，增强人机交互便利性。依托虚拟现实、超高清视频等新一代信息技术，提升电子产品创新能力，培育电子产品消费新增长点。
《关于促进电子产品消费的若干措施》	2023.07	国家发展改革委、工业和信息化部、财政部和商务部等	强化产品技术标准提升。聚焦汽车、家电、家居产品、消费电子、民用无人机等大宗消费品，加快安全、健康、性能、环保、检测等标准升级。
《国务院办公厅关于深化电子电器行业管理制度改革的意见》	2022.4	国务院	加大基础电子产业研发创新支持力度。统筹有关政策资源，加大对基础电子产业（电子材料、电子元器件、电子专用设备、电子测量仪器等制造业）升级及关键技术突破的支持力度。

中国通过出台一系列政策积极推动手持智能摄像机市场扩张，这些政策包括

- (1) 促进消费标准升级，建立完善的消费电子产品标准体系以促进设备互联互通；
- (2) 加速电子产品技术创新，鼓励采用国产AI技术提升智能化水平；
- (3) 利用虚拟现实等新技术激发产品创新，开拓消费新领域；
- (4) 强化产品技术标准，尤其在安全、健康等方面进行标准升级；
- (5) 加大对基础电子产业的研发支持，助力产业链升级和关键技术突破。这些措施共同驱动了手持智能摄像机市场的快速发展与规模壮大。

来源：中国政府网，股价标准化管理委员会，国家互联网信息办公室，头豹研究院



www.leadleo.com 400-072-5588

©2024 LeadLeo

发展趋势

手持智能摄像机的未来发展趋势将围绕提升技术性能、增强用户体验、以及拓展新的应用场景展开，这些变化不仅依赖于硬件技术的进步，也与软件创新、互联网服务的整合密切相关

手持智能摄像机发展趋势

深度融合AI技术：



- 未来的手持智能摄像机将更深入地集成人工智能技术，包括更高级的物体识别、场景分析、自动剪辑等功能。
- 例如，通过深度学习算法，摄像机能够自动识别并分割视频中的精彩片段，甚至根据内容自动生成短视频，如2024年Adobe的Sensei AI技术已经开始应用于视频编辑软件中，预示着未来硬件也可能内置类似功能。

01

更高清与更广动态范围：



- 随着技术的进步，手持摄像机将支持更高的分辨率（如8K视频拍摄）和更宽动态范围（HDR），提供更细腻、色彩更丰富的影像。
- 松下Lumix GH系列等专业微单相机已经展示了这种趋势，支持高分辨率拍摄和专业级的HDR视频制作。

02

更强大的交互性：



- 未来的摄像机将不仅仅是拍摄工具，还将成为具备互动能力的智能设备。通过集成AR/VR功能，用户可能能够在拍摄的同时预览添加的虚拟元素，或是进行实时的视频内容增强。
- 例如，Snapchat Spectacles等智能眼镜已经开始探索AR与视频拍摄的融合。

03

模块化与可定制化：



- 为了满足不同用户的需求，手持智能摄像机可能会朝向模块化设计发展，用户可以根据需要更换镜头、传感器或其他组件，以适应不同的拍摄场景。
- 如小红屋RED Digital Cinema的摄像机系统，虽然主要针对专业影视制作，但其模块化理念可能影响手持摄像机市场。

04

更紧密的物联网集成：



- 随着智能家居和物联网技术的发展，手持摄像机将更紧密地与其他智能设备连接，实现无缝的跨设备控制和内容分享。
- 如Google Nest Cam与Google Home生态系统集成，允许用户通过语音控制摄像机并查看家中情况。

05

健康监测与辅助功能：



- 随着技术的跨界融合，手持摄像机可能还会集成健康监测功能，如心率检测、情绪分析等，服务于老年人监护或运动员训练等领域。
- 虽然此应用尚不普遍，但已有穿戴设备开始探索此类功能，预示着未来可能性。

06

市场竞争格局：

中国消费级手持智能摄像机市场由少数头部企业引领并伴有众多中小企业的差异化竞争，其背后动力源自消费者对摄像功能多元化的需求及本土企业利用供应链优势实现的成本与创新效率

中国消费级摄像机部分厂商竞争格局，2024年

头豹洞察

完整版登录www.leadleo.com
搜索《2024年中国智能手表行业研究报告：智能手表，健康生活的亿万级赛道》

- 中国手持智能摄像机市场的竞争格局凸显了技术创新与品牌多元化的双重特征，由少数头部企业引领并伴有众多中小企业的差异化竞争。
- 市场格局特征：
 - 双强领跑：影石与GoPro作为行业领头羊，共占据了半壁江山。影石在全景摄像领域拥有全球超60%的市场份额，展示出其技术实力和市场主导地位。GoPro则以其运动相机先驱形象和国际影响力，保持高度的品牌忠诚度和国际市场占有率。
 - 本土品牌异军突起：大疆手持智能运动摄像机在国内市场对GoPro形成有力挑战。大疆利用本土品牌优势，包括文化亲近性、对本土消费者需求的深刻理解，以及高效的市场与售后服务策略，成功获得竞争优势。
 - 细分市场的多样性：除头部品牌外，市场中还活跃着众多特色鲜明的厂商。例如，萤石网络和臻呈科技SJCAM专注于入门级市场，以高性价比产品吸引消费者，定价策略直击中低端用户需求，产品均价在450-650元之间；看到科技则以支持3D内容创作的独特功能在市场中脱颖而出，满足了特定用户的创新应用需求；而理光则凭借其在光学和图像处理技术方面的深厚积累，锁定高端专业市场，提供画质卓越的产品，满足专业人士的高标准要求。
- 中国手持智能摄像机市场竞争格局成因分析：
 - 多元化需求的推动：随着视频创作的普及，消费者对摄像机功能的需求趋向多元化。GoPro等品牌提供多款产品，从基础Hero Black系列到高端 Hero Black Creat Editon系列，实现了从初级使用者到资深创作者的全面覆盖。而萤石等则通过性价比高的产品（均价为500元左右）捕捉到了广泛的入门级用户。
 - 供应链与成本效率：中国制造业的优势让本土企业，尤其是像大疆这样的企业，能在供应链管理与成本控制上领先一步。这不仅加快了产品创新速度，也确保了产品价格竞争力，有利于扩大市场份额。

Chapter 4

企业分析

智能手持摄像机企业介绍——GoPro (1/2)

GoPro通过从高端市场向中端市场的策略转型，成功扩大了用户基础，同时保持了高端市场占有率，展现了其在面对市场变化时的灵活性与全球市场增长潜力

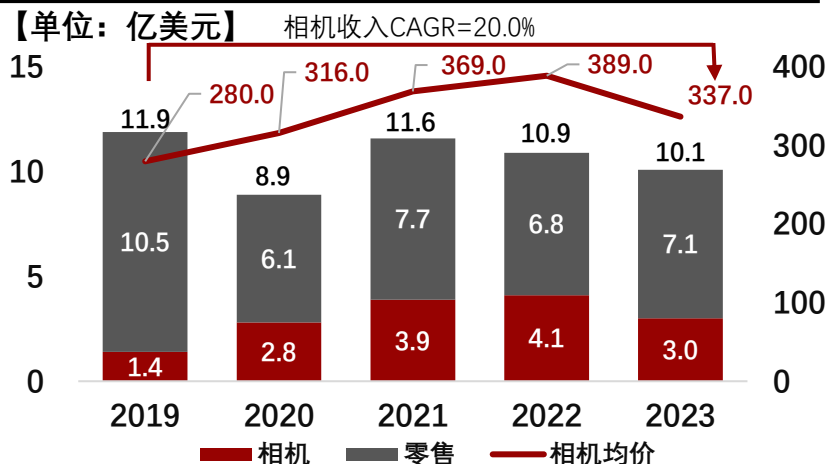
企业介绍

- 影石创新科技股份有限公司，创立于2014年，是全球领先的全景影像品牌，专注于研发创新技术以帮助用户更精彩地记录与分享生活瞬间。
- GoPro核心业务围绕着高性能运动相机展开，提供包括HERO系列在内的多样化产品，这些相机以卓越的影像质量、极致便携性和强大的环境适应性著称，深受全球户外探险和极限运动爱好者的青睐。

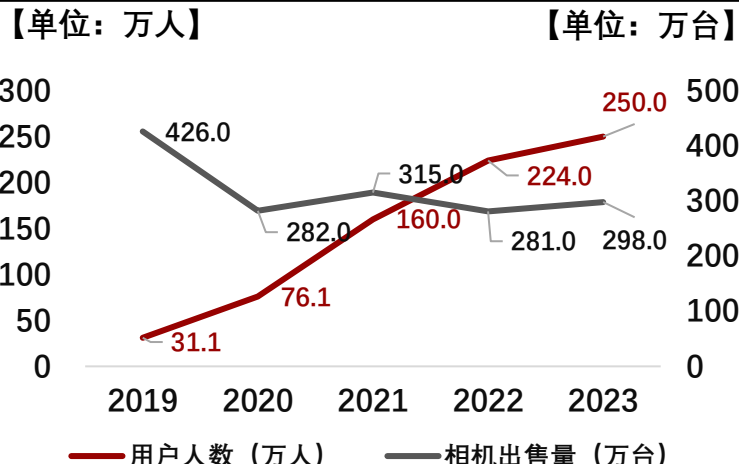
财务分析

- GoPro作为手持智能摄像机行业的领头羊，其相机业务在2019至2023年间经历了显著增长，营业收入从1.4亿美元跃升至3.0亿美元，四年间实现了20.0%的复合年增长率。GoPro相机业务增长势头持续至2022年，2023年GoPro相机营收同比下降26.8%。此变化缘于公司战略的调整，GoPro从专注高端市场逐步向中端市场拓展，以应对高端产品线利润紧缩的挑战。
- 从用户基础和产品定价来看，GoPro的策略转型成效显著。GoPro相机的平均售价稳步上扬，从280美元提升至2022年的389.9美元，与此同时，用户基础显著扩大，从最初的31.1万增至2023年的224万。其中，2022年，公司73%的相机收入源自建议零售价500美元以上的高端产品，相较于2021年的38%，标志着其在高端市场的稳固定位。然而，伴随用户数与产品均价的双重增长，2022年GoPro总营收却显现下降趋势，且相机业务同比增长放缓，凸显高端市场盈利空间的压缩。
- 鉴于此，2023年GoPro的战略转向中端市场，通过调低相机平均售价至337.0美元，旨在吸引新客户群，这部分用户不仅能直接贡献相机销售的收益，还有望通过增加订阅和服务需求，为公司开辟新的增长点。目前，GoPro的主要市场仍集中在美国，占比46.7%，预示着在全球其他地区的拓展潜力巨大。GoPro在保持高端市场地位的同时，寻求更广泛市场机遇的战略布局。

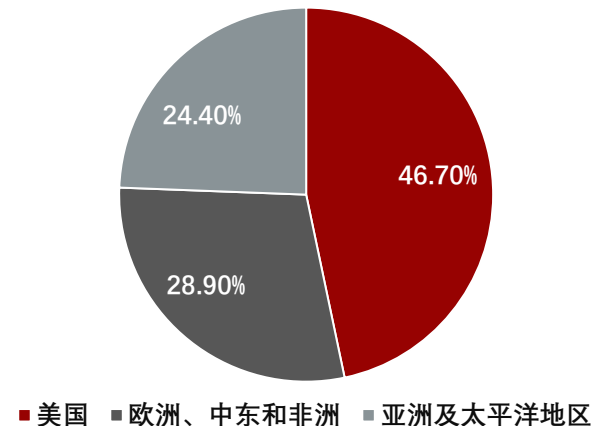
GoPro营业收入，2019-2023年



GoPro用户数量和相机出货量，2019-2023年



GoPro营业收入区域占比，2023年



来源：GoPro年度报告，头豹研究院



智能手持摄像机企业介绍——GoPro (2/2)

GoPro以HyperSmooth防抖、防水耐候设计及丰富配件生态领跑运动摄影，但高成本（如Hero12 Black售4331元）与短续航（4K120FPS下仅58分钟）局限了其市场普及

GoPro手持智能摄像机发展历程

2002-2006：初创与胶片转型数字

- 技术革新：从35mm胶片相机转向数码摄像机。
- 新增功能：初步实现数字视频录制。
- 里程碑意义：开启极限运动摄影新篇章。

2009：HERO系列诞生

- 技术革新：推出HERO系列，专为极限环境设计。
- 新增功能：防水防震配件，提升耐用性。
- 里程碑意义：确立GoPro在极限运动市场的地位。

2012：HERO3-高清与无线

- 技术革新：引入4K视频拍摄，集成Wi-Fi。
- 新增功能：提升低光性能，远程控制。
- 里程碑意义：成为全球知名运动相机品牌。

2014：HERO4-性能飞跃

- 技术革新：更高帧率的4K视频，慢动作视频。
- 新增功能：触摸屏操控，提升用户体验。
- 里程碑意义：性能提升满足专业需求

2016：HERO5：一体化与智能

- 技术革新：一体化防水设计，语音控制。
- 新增功能：GPS，电子防抖。
- 里程碑意义：技术创新引领行业新标。

2010s中期：生态系统构建

- 技术革新：GoPro App与Quik应用，云服务。
- 新增功能：内容编辑与分享一体化。
- 里程碑意义：构建全方位用户体验生态。

2015-2018：挑战与调整

- 技术尝试：Karma无人机，市场探索。
- 调整方向：回归核心产品线，优化成本。
- 里程碑意义：应对市场波动，保持品牌韧性。

2019至今：复苏与持续创新

- 技术革新：HyperSmooth防抖，高分辨率直播。
- 新增功能：更大电池，前置屏幕（HERO9）。
- 里程碑意义：保持技术领先，巩固市场领导地位。

GoPro手持智能摄像机竞争优势和劣势

GoPro集顶尖防抖、极致耐用与丰富配件于一身，引领运动摄影创新，其竞争优势具体如下：（1）行业领先的影像稳定技术（HyperSmooth）：GoPro的HyperSmooth防抖技术是其显著的竞争优势之一，它提供了接近云台级别的稳定性，让即使在极其颠簸的环境中拍摄的视频也能保持流畅和平稳。（2）全面的防水与耐候设计：GoPro相机无需额外防水壳即可达到一定深度的防水标准，如Hero系列中的多款产品能在不加装保护壳的情况下，潜水至10米深。（3）高度集成的生态系统与配件多样性：GoPro拥有一个庞大的配件生态系统，从头盔安装座、浮力手柄到无人机和手持云台等，几乎可以满足所有拍摄场景的需求。比如，配合Karma Grip，用户可轻松实现平滑的跟随拍摄，极大地丰富了创作可能性，这是其超越单一相机设备，形成系统化解决方案的竞争优势。

尽管GoPro手持智能摄像机有诸多优点，但其依旧高成本和电池续航能力短等问题：（1）成本相对较高：虽然GoPro提供了卓越的性能和体验，但其价格通常高于市场上许多其他运动相机品牌。例如，最新的GoPro HERO12 Black旗舰型号约为4331元（599.99美元）相比同等定位的竞品，如DJI RS4售价为2999元，GoPro在基础配置上的价格高出一截，这限制了预算有限的消费者群体。（2）电池续航能力：尽管GoPro不断优化电池效率，但由于其紧凑的设计和高能耗的拍摄功能（如4K视频录制），电池续航仍然是一大挑战。GoPro Hero12在拍摄4K120FPS视频时的续航时间最长为58分钟，这意味着这意味着进行全天户外活动或长途旅行拍摄时，用户往往需要准备多块电池或使用移动电源充电，增加了额外开销和携带负担。

智能手持摄像机企业介绍——影石创新 (1/2)

影石创新2018至2023年间营业额激增，复合增长率高达62.1%，凭借其旗舰产品Insta360在全球消费级全景相机市场占据50.7%份额，实现市场领先。此外，公司通过从线下到线上的销售策略转型，有效促进了其业务的国际扩张

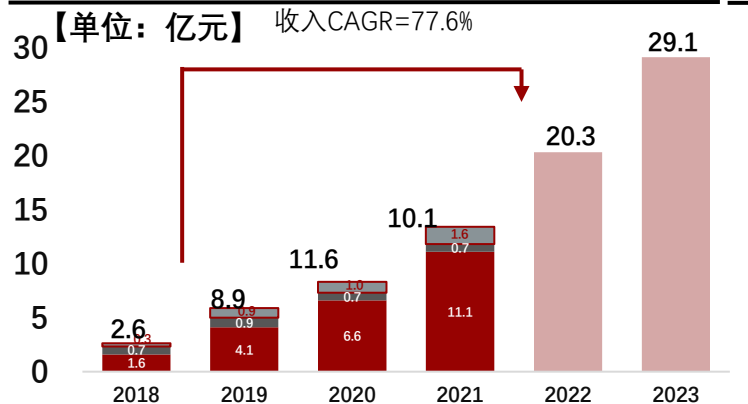
企业介绍

- 影石创新创立于2014年，是全球领先的全景影像品牌，专注于研发创新技术以帮助用户更精彩地记录与分享生活瞬间。
- 影石创新核心业务涵盖了全景相机的研发、生产与销售，凭借尖端的全景拍摄技术与多元化产品线，于2019年荣登全球全景相机市场份额首位，并成功入驻全球苹果直营店，业务版图遍布全球，拥有超过5000家零售门店。

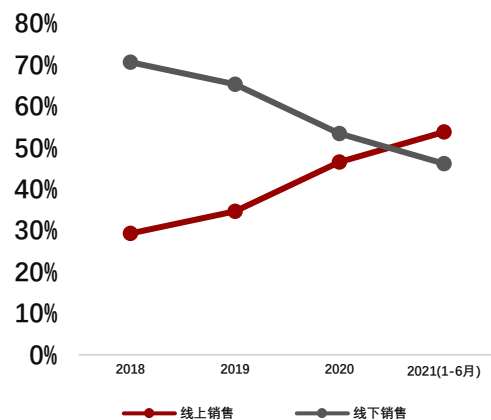
财务分析

- 影石创新业绩显著，自2018至2023年间，营业额从2.6亿元跃升至29.1亿元，复合增长率达62.1%。影石创新核心业务为消费级智能影像设备，该板块营收占比持续走高。2018至2021年营收从1.6亿元膨胀至11.1亿元，期间复合增长率高达90.7%。据统计，2022年，其旗舰产品Insta360占据全球消费级全景相机市场半壁江山，市场份额达50.7%，领跑全球，其产品优势在于拍摄多样性、卓越画质及先进的图像处理与AI视频编辑功能。
- 销售策略上，影石创新采取线上线下并行模式，早期侧重线下，尤其依赖经销商，占比43.8%-64.6%。进入2020年后，战略转型，线上渠道成为主导，占总收入约26.1%-49.3%，其中，官方商城与第三方电商平台贡献突出。此转变旨在利用互联网无边界特性加速国际化扩张，与既有的全球销售网络协同，有效推动海外营收。2022年影石创新招股书提及，影石创新60%营业收入来源于海外。同年，影石消费级全景相机营业收入占全景市场份额第一，为50.7%，进一步验证了其线上策略对拓宽全球市场份额的积极作用。

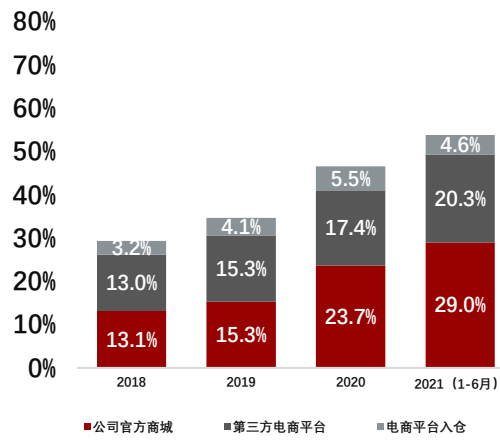
影石创新营业收入，2018-2023年



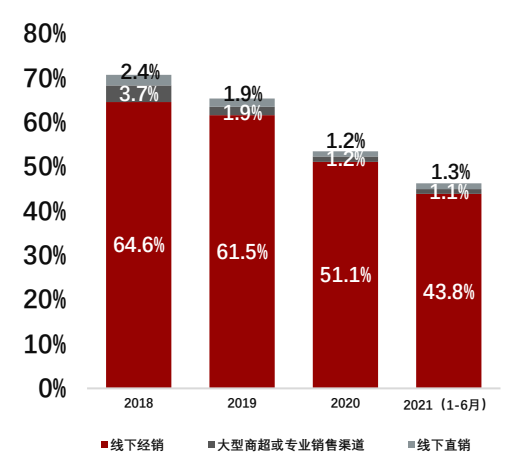
线上与线下收入占比，2018-2021年



线上收入占比，2018-2021年



线下收入占比，2018-2021年



■ 消费级智能影像设备 ■ 专业级智能影像设备 ■ 配件及其他产品 ■ 总营业收入
注：由于影石创新招股书只披露2018年至2021年前6个月的财务数据，后期数据根据影石创新发言人提及的财务数据进行测算。

来源：影石创新年度报告，头豹研究院



智能手持摄像机企业介绍——影石创新 (2/2)

影石创新智能手持摄像机的核心竞争力在于其AI驱动的智能拍摄、专业级影像质量和多场景适用性，而面临的挑战则包括不完善的配件生态和软件兼容性问题

影石创新智能摄像机发展历程

2015：初创与全景技术确立

- 技术革新：影石Insta360首发，专注多镜头无缝拼接360°全景。
- 新增功能：添加初级全景录像与一键分享，简化创作到分享。
- 里程碑意义：确立全景相机先锋地位，激发全景创作热潮。

2016-2018：产品线拓展与性能提升

- 技术革新：防水防抖设计。
- 新增功能：直播、智能追踪、HDR。
- 里程碑意义：巩固市场地位，多元化产品线。

2019-2021：AI技术融合与应用

- 技术革新：引入人工智能技术，如深度学习算法，用于智能编辑、场景识别与优化。
- 新增功能：Insta360 ONE R等产品推出，采用模块化设计，支持更换镜头，实现运动相机与全景相机的切换。
- 里程碑意义：AI技术的应用推动了产品智能化，增强个性化体验效果。

2022-2024：8K新纪元与X系列突破

- 技术革新：发布Insta360 X3等旗舰产品，开启8K拍摄时代，大幅提升影像质量。
- 新增功能：穿梭延时、人物自动追踪、多摄同步等。
- 里程碑意义：高分辨率技术引领，市场高度认可。

2020至今：市场领导地位与技术创新持续

- 技术革新：高效图像处理，AR探索。
- 新增功能：预期更先进的稳定技术，AI创意工具。
- 里程碑意义：巩固行业领导地位，前沿技术开拓者。

影石创新手持智能摄像机竞争优势和劣势

影石智能手持摄像机的核心竞争力在于其创新的智能拍摄技术、卓越的影像质量和广泛的适用性，具体如下：（1）AI驱动的智能拍摄技术：影石Flow手持摄像机的一大亮点是其内置的智能拍摄功能与AI剪辑能力，能够自动识别并追踪拍摄对象，保持精准对焦，并且在移动中有效防抖。例如，测试显示即便在快速移动场景下，如跑步或旋转，Flow仍能保持画面稳定，这对于追求高质量视频内容的用户至关重要。（2）高清晰度与专业级影像质量：影石Insta360 Ace Pro运动相机的夜景画质评测显示，其表现可与万元级别的华为Mate X5相媲美，这表明影石在影像处理技术上达到了行业顶尖水平，为用户提供了专业级的拍摄体验。（3）多功能性与适应性：产品如Insta360 GO3，不仅具有裸机防水功能，还支持骑行、潜水、Vlog等多种应用场景，搭配语音控制、触屏操作等便捷功能，展现了高度的灵活性和适应性，满足不同用户群体的多元化需求。

尽管影石创新智能手持摄像机有诸多优点，但同时面临价格门槛高、软件体验不稳定和电池续航限制等挑战：（1）专业化配件生态系统：尽管影石提供了一系列创新产品，但与行业巨头相比，其配件生态系统可能不够完善，比如专业级麦克风、外接镜头的选择范围有限，对于有高度定制化需求的专业用户来说，这可能是一个限制因素。（2）后期处理兼容性与效率：部分用户反映，影石产品的视频文件格式在某些主流视频编辑软件中的兼容性不如传统格式广泛，可能导致后期处理流程不够顺畅，尤其对于追求高效工作流程的专业视频制作者而言，这可能是一个缺点。

智能手持摄像机企业介绍——大疆创新（1/2）

大疆创新利用无人机技术优势，推动手持摄像机创新，如Osmo系列，虽面临成本和竞争问题，但仍凭借高质量影像、智能功能和品牌实力，实现了营收大幅增长，巩固了市场地位

企业介绍

- 大疆创新科技有限公司是一家全球领先的高科技企业，专注于无人机系统、手持影像系统、机器人教育等多个领域的研发与制造，以创新技术重新定义了行业标准。
- 智能手持摄像机业务上，大疆通过其灵眸Osmo系列等产品，为消费者和专业人士提供了影像稳定技术，革新了视频拍摄体验，开启了“天地一体”的影像新时代。2019至2023年间，大疆营业总收入从**175.7亿元**跃升至**360.8亿元**，复合增长率达**19.7%**。

大疆创新营业收入

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国智能手表行业研究报告：智能手表，健康生活的亿万级赛道》

来源：大疆年度报告，腾讯新闻，头豹研究院

大疆创新手持智能摄像机竞争优势和竞争劣势

□ 竞争优势：

- (1) **技术创新与影像质量：**大疆以其在无人机领域的深厚技术积累，将其先进的影像稳定和拍摄技术应用到手持智能摄像机中，如Osmo Pocket系列。这些设备搭载高性能相机，支持4K甚至更高分辨率的视频拍摄，结合三轴云台技术，即便在运动中也能提供稳定的影像输出，如Osmo Pocket 3可实现超流畅的视频录制，即使在剧烈运动中也能保持画面平稳。
- (2) **智能化功能：**大疆手持摄像机集成AI功能，如物体追踪、智能跟随、自动构图等，提升了拍摄的便捷性和创意空间。例如，DJI RS 2稳定器具备智能跟随3.0技术，能够精确识别并平滑追踪被摄主体，满足专业视频制作的高要求。
- (3) **生态系统与兼容性：**大疆构建了完整的生态系统，其手持摄像机能与大疆飞行平台、手机应用程序等无缝连接，提供一体化的拍摄与编辑解决方案。例如，DJI Mimo app支持多种拍摄模式和快速编辑分享，增强了用户体验。
- (4) **品牌影响力与市场认可：**大疆作为全球知名的无人机及影像设备制造商，拥有强大的品牌效应和市场信任度，如Osmo Action在极限运动爱好者中广受欢迎，因其耐用性和出色的防水性能。

竞争劣势：

- (1) **配件生态系统成本：**虽然大疆提供了丰富的配件来扩展设备功能，但这些配件往往价格不菲，增加了用户的整体投入。例如，额外购买不同焦段的镜头、专业麦克风等，成本累加可能会较大。
- (2) **市场竞争加剧：**随着索尼、GoPro等品牌在手持摄像机市场的发力，特别是在运动相机和专业视频拍摄领域，大疆面临着日益激烈的竞争，需要不断推陈出新以保持领先地位。



智能手持摄像机企业介绍——大疆创新 (2/2)

大疆创新通过不断的技术革新和市场细分策略，从Osmo到Action系列，成功拓宽了手持摄像机市场，强调影像稳定与智能化。未来，大疆将侧重智能化集成、生态系统构建及技术融合（如AI、VR/AR）

大疆创新手持智能摄像机发展历程

2015：Osmo系列的开创

- 革新：大疆首次推出了Osmo手持云台相机，标志着其正式进军手持影像市场。Osmo创新地将原本应用于无人机的三轴机械云台技术微型化，融入手持设备之中，实现了前所未有的手持拍摄稳定性。
- 功能：高清视频、智能追踪。
- 意义：开启便携式专业视频创作时代。

2018：Osmo Pocket的微型革命

- 革新：Osmo Pocket是大疆对极致便携的探索，这款产品以极小的体积集成了高性能相机和三轴云台，成为全球最小的云台相机。
- 功能：4K拍摄、触摸屏、手机APP集成控制。
- 意义：普及高质量视频创作，适合Vlogger。

2019：Action系列的竞技场入场

- 革新：Action系列首次配备了前后双彩屏，解决了自拍时的视角问题。
- 功能：RockSteady电子防抖、HDR视频、水下拍摄等特性。
- 意义：强化户外运动市场地位，与GoPro竞争。

2021至今：模块化与智能化的深化

- 革新：Action 2采用模块化设计，用户可以根据需求更换电池、屏幕或增加其他功能模块，极大地提升了产品的灵活性和可扩展性。
- 功能：HyperSmooth 4.0防抖，AI智能辅助。
- 意义：满足多元化需求，推动个性化、智能化影像创作趋势。

大疆创新企业战略及未来发展方向

- 企业战略：大疆在手持摄像机市场的战略集中于技术创新和细分市场需求的精准捕捉。从Osmo系列的推出，利用无人机云台技术转型手持设备，到Osmo Pocket的便携革命，及至Action系列面向运动市场的强势竞争，大疆不断强化影像稳定与智能化应用，拓宽市场边界。模块化设计（如Action 2）体现了其对个性化与可扩展性的追求，深化市场细分策略。
- 未来发展：未来，大疆手持摄像机将深入智能化集成与生态系统建设。预期会加大对AI技术的整合，如智能编辑、场景智能识别，提升创作效率与创意潜力。同时，产品可能与无人机、VR/AR技术融合，探索新型影像交互形式。合作与生态开放亦为重点，旨在提高跨平台兼容性与用户体验。平衡技术创新与成本控制，确保产品在高端与大众市场均具吸引力，是大疆持续发展的关键。

■ 方法论 Methodology

- 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

■ 法律声明 Legal Statement

- 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

